

HSBA zeigt Versicherungs-Innovationen

VJ versicherungsjournal.de/markt-und-politik/hsba-zeigt-versicherungs-innovationen-131916.php

VersicherungsJournal.de

Das Wesentliche im Blick

30.5.2018 – Beim Innovationstag der Hamburg School of Business Administration konnten zahlreiche Insurtechs ihre Ideen und erprobten Geschäftsmodelle vorstellen. In einer Podiumsdiskussion wurden Möglichkeiten und Hindernisse der Digitalisierung besprochen.

Gestern hat die Hamburg School of Business Administration gGmbH (HSBA) ihren „1. Hamburg Insurance Innovation Day“ ausgerichtet.

Dort hatten zahlreiche Insurtech-Unternehmen die Möglichkeit, sich den Besuchern vorzustellen.

Neues Produkt in 48 Stunden

Stephen Voss (Bild: Meyer)

Darunter war die Neodigital Versicherung AG, die im April ihre Zulassung erhalten hatte (VersicherungsJournal 9.4.2018). Vertriebs- und Marketing-Vorstand Stephen Voss berichtete, dass die Bundesanstalt für Finanzdienstleistungs-Aufsicht (Bafin) sämtliche dafür erforderlichen Unterlagen in Papierform verlangt hat.



Schon kurz nach der Genehmigung seien die ersten Anträge angenommen worden. Man betreibe kein Endkundengeschäft, sondern arbeite stattdessen mit Vermittlern und Pools und biete auch Whitelabel-Lösungen an (VersicherungsJournal 15.5.2018, 25.4.2018).

Da die Produkte modular aufgebaut seien, könnten leicht spezielle Deckungen entwickelt werden. „Wir brauchen 48 Stunden und ein bisschen Testing für ein neues Produkt“, sagte Voss.

Künstliche Intelligenz beim Vertragsabschluss

Ole Roel, CTO der Picsure GmbH (vormals Snapsure), nannte Beispiele, wie der Einsatz künstlicher Intelligenz den Versicherungsabschluss unterstützen kann.

Ole Roel (Bild: Meyer)

Bei der Uhrenversicherung der Basler Sachversicherungs-AG (VersicherungsJournal 28.7.2017, 8.6.2017) fotografiert der Kunde sein Liebhaberstück und lädt das Foto in die Cloud hoch.

Dieses werde dann ausgewertet und die Uhr einem in einer Datenbank gespeicherten Modell zugeordnet. So kann der Beitrag berechnet werden, ohne dass der

Versicherungsnehmer die Spezifikationen des Zeitmessers selbst eintippen muss.

Die Software von Picture erkenne auch für die Uelzener Allgemeine Versicherungs-Gesellschaft a.G. die Bilder von Hunden.

Als weiteren Kooperationspartner nannte Roel die Skendata GmbH. Ausgewertet werden hier Gebäudebilder. Die Software erkennt darauf zum Beispiel Solaranlagen und Dachfenster.



Ein Foto hilft beim Ermitteln der Versicherungssumme

Skendata-Geschäftsführer Sven Jantzen ergänzte, dass diese Angaben für die Wertermittlung von Gebäuden verwendet werden.

Die Dienstleistung seines Unternehmens besteht darin, den Vermittlern das Berechnen des Wertes 1914 für die Wohngebäude zu ersparen. Stattdessen greift er neben den Fotos auf die amtlichen Katasterdaten zu. Daraus wird nach Jantzens Angaben auf seinem Portal der Versicherungswert automatisiert berechnet. Inzwischen 15 Versicherer gäben bei Policen, bei denen die Versicherungssumme auf dieser Wertermittlung basiert, einen Untersicherungsverzicht.

Die Lösung ist bereits mehrfach mit dem „Eisenhut-Award“ für die beste Vertriebssoftware ausgezeichnet worden (VersicherungsJournal 29.5.2018, 27.5.2016).

Wir wollen so einfach sein wie irgend möglich.

Dominik Schön, Codecamp N GmbH

Nürnberger Versicherung schaut den Kunden auf das Konto

Dominik Schön, Prokurist der Codecamp N GmbH, berichtete von diesem digitalen Innovator der Nürnberger Versicherungsgruppe. Ziel sei es, die Wertschöpfungskette der Versicherung ausweiten und damit Geld zu verdienen. Dabei gelte: „Wir wollen so einfach sein wie irgend möglich“.

Zu seinem Themenspektrum sagte Schön: „Wir machen alles, nur keine Versicherungen“.

In Arbeit sei beispielsweise eine Anwendung („Skill“) für den Sprachassistenten „Alexa“ für den Konzern.

Als weiteres Projekt nannte er „Multibanking meets Insurance“. Das ist eine Lösung, die Daten von Girokonten auszulesen und daraus Finanzübersichten und digitale Haushaltsbücher zu generieren. Zwar nutzten auch schon andere Anbieter die PSDII-Schnittstelle, aber noch keiner biete die Gegenüberstellung der Daten eines Kunden mit seiner Vergleichsgruppe an.

Das Personal werde aus der Zielgruppe rekrutiert. Die Hälfte der 28 Mitarbeiter seien Praktikanten.

Die Digitalisierung ist noch nicht im Massengeschäft angekommen.

Dirk Weske, Vorstand der PPI AG

Podiumsdiskussion

In der abschließenden Podiumsdiskussion wurde „die digitale Transformation von Versicherern und Vertrieben“ besprochen. Sie wurde moderiert durch den Gastgeber Professor Dr. Florian Elert.



Von links: Lars Drückhammer, Dirk Weske, Florian Elert, Martin Pluschke, Eric Bussert (Bild: Meyer)

Dirk Weske, Vorstand für den Bereich Versicherung der PPI AG, stellte fest: „Die Digitalisierung ist noch nicht im Massengeschäft angekommen.“

Dem stimmte Eric Bussert, Vertriebsvorstand der Hansemerkur Versicherungsgruppe, zu: „95 Prozent dessen, was heute gezeigt wurde, hat mit dem bestehenden Geschäft nichts zu tun.“

Defizite im Umgang mit Daten

Elert zweifelte die Fähigkeit der Versicherer an, mit Daten richtig umzugehen.

Lars Drückhammer, Geschäftsführer der Blau Direkt GmbH & Co. KG, nannte dazu seine Erfahrungen mit Versicherern: „Wir können heute noch nicht strukturiert Daten austauschen“. Damit fehlte die Basis für neue Geschäftsmodelle.

Weske sah ebenfalls Defizite. Viele alte Tarife seien nicht mehr migrierbar. Das wäre eine sinnvolle Anwendung für künstliche Intelligenz.

Was Zukunft hat

Zu den Zukunftsaussichten der Digitalisierung sagte Martin Pluschke, Geschäftsführer der Codecamp N GmbH: „Die „Papierantrags-Policierung muss in den nächsten fünf Jahren wegfallen.“

Zu dem neuerdings möglichen Zugriff auf Bankkonten von außerhalb zeigte sich Pluschke überzeugt: „Der Markt wird explodieren.“ Ein großes Potenzial, zur Alltagsanwendung zu werden, sieht er in Sprachanwendungen.

Dagegen sieht Drückhammer keine Notwendigkeit, in nächster Zeit „Alexa“ einzusetzen. Für ihn stelle sich eher die Frage, wie die Technik den Vermittler besser unterstützen kann: „Man wird viel automatisieren können.“

Für Bussert ist „E-Health ein extrem interessantes Thema“, das „wird Megatrend“. Als Anwendungsbeispiele nannte er die Überwachung von medizinischen Daten. Die Nachfrage nach Telemedizin sei bereits hoch.

Claus-Peter Meyer